

# CAMBIO RADICAL DE FOCO

Philip Morris



TECNOLOGIA

V.U.C.A

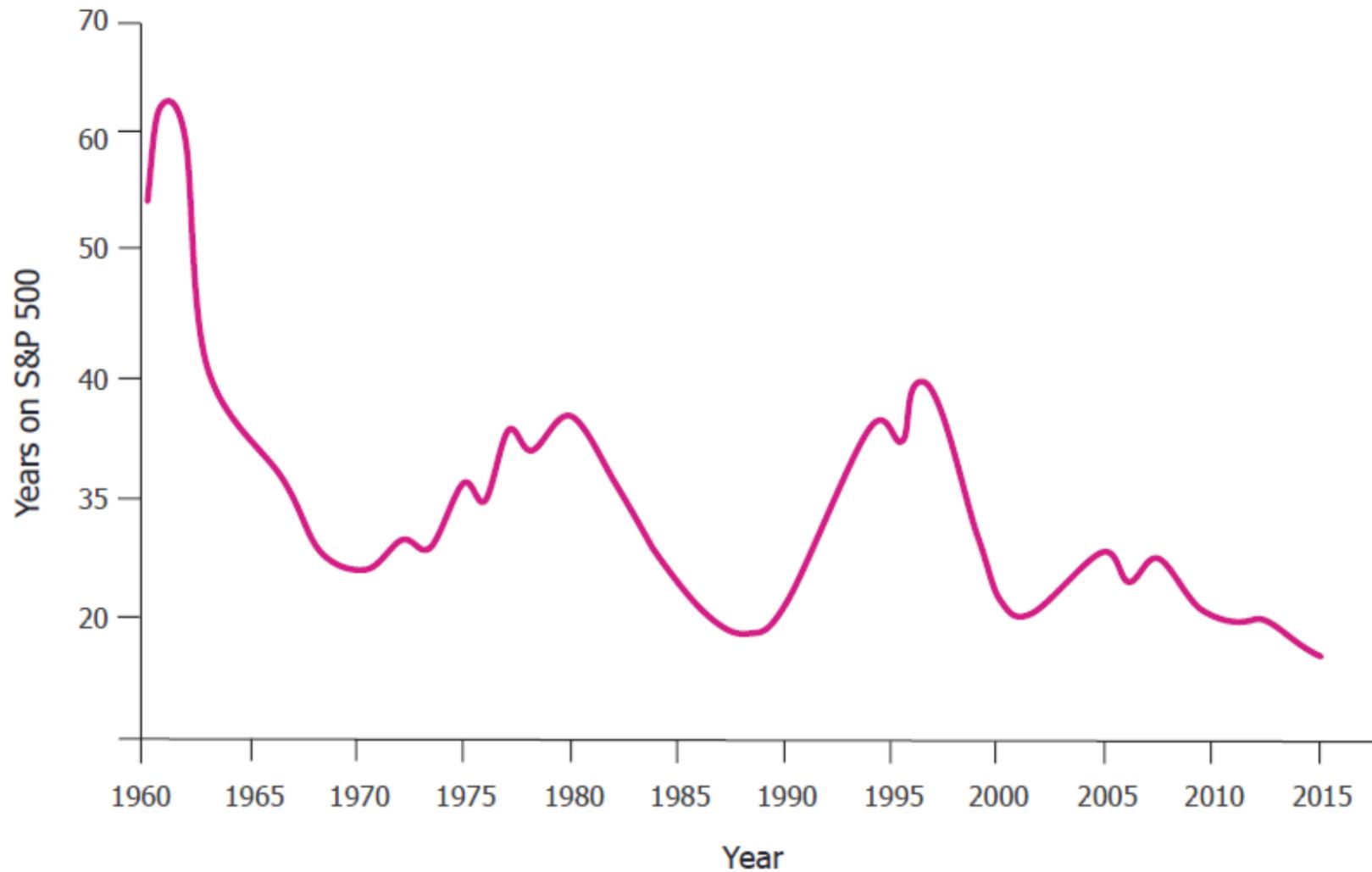


CONSUMO

GENERACIONES

# Esperanza de vida

By Richard Foster



**Lo que nos trajo  
hasta acá...**

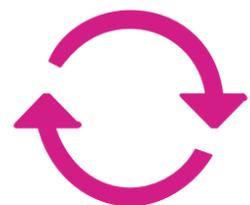
**no nos llevará al  
futuro**



Ciencia



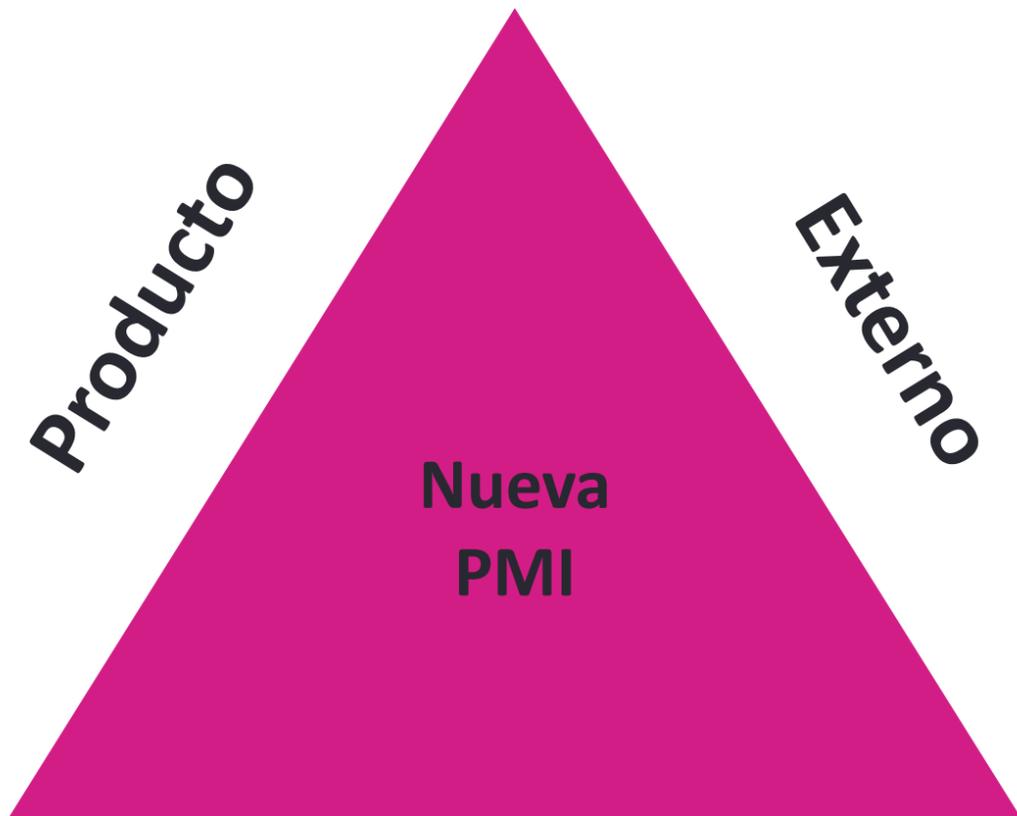
Enfocado en el consumidor



Sustentable



Tecnología



**Interno**

**RIGHT  
ORGANIZATION**

**RIGHT  
WAYS OF  
WORKING**

**RIGHT  
CULTURE**

# Customer Centricity = Employee Centricity



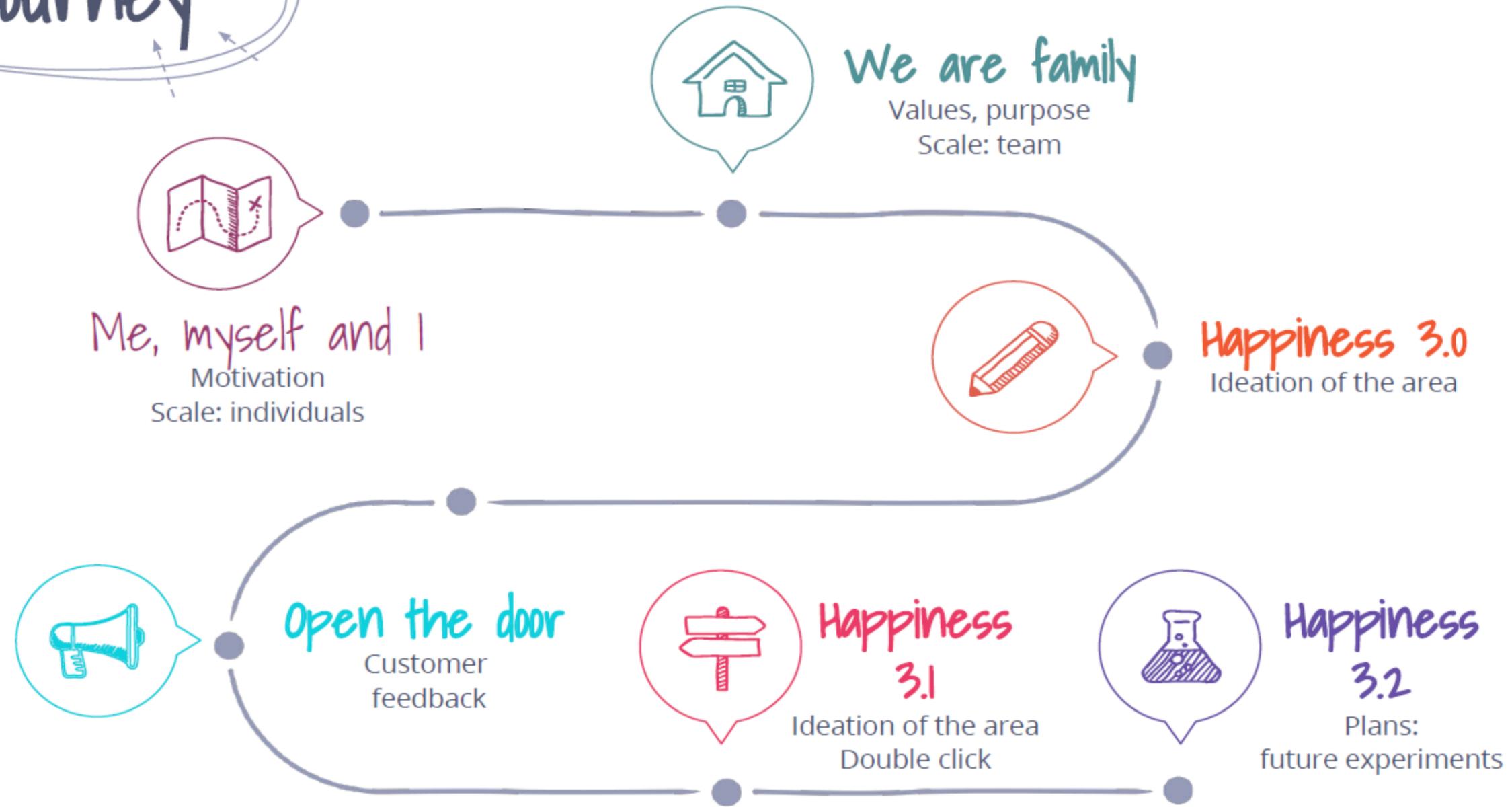
**¿Como logramos el cambio de foco?**

---





# Journey





**“Queremos ENTENDER a los empleados  
para ofrecerle las mejores EXPERIENCIAS,  
alineados con los objetivos de NEGOCIO.**

**Queremos ser disruptivos apalancándonos  
en eficiencias.”**



# Listos para rodar...





**Evento “Puertas Abiertas”**



**Encuesta IPADs**



**1 a 1**





---

# APRENDIZAJES

- ❑ Co-Creación = + motivación y compromiso
- ❑ Deseo no es lo mismo que realidad.
- ❑ Feedback identificado por “perfil”.
- ❑ Se pueden generar grandes cambios con poco presupuesto.
- ❑ Con datos es más fácil tomar decisiones.

**“Entrena a la gente lo suficientemente bien como para que se pueda ir, trátala lo suficientemente bien como para que se quiera quedar”**



*Richard Brandon, CEO de Virgin*

A photograph of a paved path in a forest, covered with fallen brown leaves. In the distance, a red and white striped traffic barrier stands in the middle of the path. The trees are tall and thin, with green foliage at the top. The lighting is soft, suggesting an overcast day or a shaded forest.

**GRACIAS!**

**Mercedes Madero – Líder Experiencia Empleados Servicio de P&C**